

ЭФФЕКТИВНОСТЬ МОДЕЛЕЙ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ЗА КАЧЕСТВО ИНТЕРНЕТ-КОНТЕНТА

Паршенцев В.А., соискатель ФГУП «СТАНДАРТИНФОРМ»

В статье проанализированы различные модели распределения ответственности за соблюдение требований к Интернет-контенту со стороны клиентов, государства, правообладателей и других ключевых стейкхолдеров. Показана тупиковость рассмотрения отношений правообладателей и клиентов Интернет-провайдеров как игры с нулевой суммой. Обоснован вывод о необходимости использования инклюзивных бизнес-стратегий регуляции, сочетающих механизмы саморегуляции и консенсусные экономические модели учета требований заинтересованных сторон.

Ключевые слова: требования, качество, саморегуляция, стратегия, институты, рынок.

THE EFFECTIVENESS OF DISTRIBUTION MODELS OF RESPONSIBILITY FOR THE QUALITY OF INTERNET CONTENT

*Parshentsev V.A., seeker of candidate of economic sciences at FSUE
«STANDARTINFORM»*

The paper analyzes the various models of the allocation of responsibility for compliance to Internet content from clients, state, rights holders and other key stakeholders. Shows a dead-end review of the relationship of rights holders and customers of Internet providers as a zero-sum game. The conclusion about the need for inclusive business strategies, regulation, combining the mechanisms of self-regulation and consensus economic models address the requirements of stakeholders.

Keywords: requirements, quality, self-regulation, strategy, institutions, market.

В Интернет-взаимоотношениях можно выделить три принципиальные точки регулирования, соответствующие базовым субъектам отношений – распространитель информации, ее получатель и посредники (Интернет-

провайдеры услуг доступа и, в некоторых случаях, Интернет-провайдеры места для хранения информации (хостинг-провайдеры)).

В рамках традиционной парадигмы, переносимой в сферу Интернета регулятивные отношения, характерные для экономики реального сектора, Интернет-провайдеры и хостинг-провайдеры должны отвечать лишь за технические аспекты качества их оказания. Вся ответственность по содержательным вопросам качества распространяемых посредством Интернета информации, услуг и т.д. (включая их соответствие требованиям всех заинтересованных сторон) полностью возлагается на их распространителей. Как указано в п. 3 ст. 1064 Гражданского кодекса Российской Федерации (ГК РФ), «вред, причиненный правомерными действиями, подлежит возмещению лишь в случаях, предусмотренных законом». Провайдеры и хостеры не являются лицами, по своей воле и в своих целях распространяющими тот или иной контент, они лишь предоставляют любому лицу определенную инфраструктуру, которыми лицо может пользоваться, так или иначе, нарушая права или нет. Сильной стороной подобной концепции является возложение на провайдеров лишь тех обязанностей, которые прямо вытекают из их базовых компетенций, и отсутствие обременения дополнительными обязанностями. Однако в рамках данной системы возникают сложности с выполнением требований к качеству, формируемых такими заинтересованными сторонами, как государство и правообладатели, а в некоторых случаях – и пользователи.

С точки зрения государства «информационная нейтральность» провайдеров Интернет-услуг может нести угрозу информационному суверенитету страны вследствие информационной агрессии со стороны более развитых держав, в рамках которой ее источник будет находиться вне российской юрисдикции (примеры такого рода получили широкую известность в ходе ряда так называемых «цветных» революций 2000-х годов в Грузии, Украине, ряде арабских государств, важную роль в провоцировании которых и координации действий оппозиционных сил играли транснациональные социальные се-

ти). С точки зрения правообладателей самоустранение провайдеров от вопросов контроля содержания передаваемого содержания вынуждает для защиты своих прав заниматься судебным преследованием распространителей контента, в т.ч. частных лиц, что сопряжено с целым рядом трудностей: экстерриториальностью сетей международного файлообмена, сложностями с процессуально корректным доказательством вины конкретных лиц, огромным количеством нарушителей, судебное преследование которых может дестабилизировать обстановку, будучи негативно встреченным абсолютным большинством общества. Таким образом, рассмотрение вопроса в рамках традиционной парадигмы распределения ответственности порождает тупиковую ситуацию, в рамках которой спектр возможных вариантов простирается от полной свободы нарушения авторских прав в Интернете к тотальному всепланетному контролю Интернет-активности граждан, радикальным образом нарушающему сложившееся понимание их прав и свобод; промежуточными вариантами будут являться выборочные преследования отдельных лиц за действия, совершаемые гораздо более широкими кругами общества, что неизбежно приведет к нарастанию правового нигилизма и кризиса доверия к отечественным регулятивным институтам. Как подчеркивает Э. Остром, «возможно, худшим из всех миров является тот, где власти навязывают правила извне, обладая при этом малой способностью осуществлять их мониторинг и налагать наказания за их нарушение. Кооперативное поведение вполне может поддерживаться в мире с жестким внешним мониторингом и наложением санкций, вследствие чего в нем не возникает острой потребности в формировании каких-либо внутренних норм. В мире без внешних правил и внешнего мониторинга могут формироваться нормы, направленные на поддержание кооперативного поведения. В промежуточном же случае слабый внешний мониторинг оказывается достаточным, чтобы подорвать стимулы к формированию социальных норм, но недостаточным, чтобы лишить поведение, связанное с жульничеством и обма-

ном, привлекательности в глазах большинства игроков из-за низкого уровня риска быть пойманным» [1].

Альтернативная точка зрения, лоббируемая некоторыми правообладателями и представителями государства, заключается в возложении на посредников – хостеров и провайдеров – полной ответственности за хранимый и передаваемый контент, вплоть до введения предварительной проверки (премодерации) контента на его легальность. Очевидно, что подобные требования практически не реализуемы в техническом плане: например, на популярный видеохостинг Youtube ежеминутно загружается до 60 часов видео, при этом, хотя в настоящее время активно разрабатываются технологии по автоматизированной идентификации объектов авторского права (например, фрагментов известных фильмов) или же некоторых противозаконных сюжетов (порнографии, сцен насилия), область применения подобных технологий весьма ограничена (например, они не в состоянии отследить запрещенный согласно российским законам контент, призывающий несовершеннолетних к суициду или употреблению наркотиков). В качестве более реальной альтернативы предлагается два варианта:

1) в случае нахождения субъекта, распространяющего контент, в российской юрисдикции (или юрисдикции, с которой налажено сотрудничество) – удаление контента по первому требованию правообладателя;

2) в случае же нахождения контента в недоступной юрисдикции – блокирование доступа к нему российских клиентов на уровне Интернет-провайдера, дополненное (в некоторых радикальных законодательных инициативах) блокированием неподконтрольного Интернет-трафика (в частности, популярных протоколов файлообменных сетей, трафика с сильной криптографией и т.д.). Техническая реализация подобных решений требует от провайдеров закупки весьма дорогостоящего оборудования, реализующего функции Deep Packet Inspection (сокр. DPI) – технологии накопления статистических данных, проверки и фильтрации сетевых пакетов по их содержимому и по

косвенным статистическим признакам. Однако внедрение оборудования DPI является крайне затратным: по некоторым оценкам, для магистрального провайдера федерального уровня стоимость составляет порядка 2 млрд. долл.; для провайдера уровня 50 000 абонентов и 20 гигабитной линии вонне стоимость оборудования составит от 70 до 130 тыс. долл. в зависимости от вендора; в целом эффект масштаба делает относительно менее затратным приобретение подобного оборудования для крупных провайдеров и почти запретительным – для мелких. Таким образом, реализация современных и еще более перспективных законодательных требований сформирует существенный технологически обусловленный разрыв между качеством услуг провайдеров в зависимости от их способности приобрести DPI оборудование: в то время как клиенты крупных провайдеров не получают доступа к конкретному запрещенному контенту (допустим, экстремистскому ролику на Youtube), более мелкие провайдеры будут вынуждены заблокировать доступ к ресурсу Youtube.com целиком.

Наиболее фундаментальным недостатком второго варианта регулирования является возложение на провайдеров ответственности за неправомерные действия отдельных третьих лиц, что окажет существенное негативное влияние на всю их деятельность, заставляя их балансировать между претензиями различных заинтересованных сторон, правообладателей и клиентов, не имея возможности в предлагаемые в современных законопроектах кратчайшие сроки (порядка суток) проверить обоснованность требований правообладателей.

Что касается третьей возможной точки регулирования – у получателя информации – то регулирование в ней возможно лишь при наличии доброй воли этого получателя (например, согласия родителя на установку так называемого родительского контроля, блокирующего его детям доступ к ресурсам, признанным вредными для несовершеннолетних), что заведомо ограничивает его применимость.

Проведенный анализ существующих вариантов регулирования качества услуг Интернет-провайдеров показывает, что большинство из них фактически

реализуют парадигму «игры с нулевой суммой», в рамках которой требования и интересы сторон, определяющих качество услуг, антагонистически противостоят друг другу – правообладатели требуют полного пресечения нелегального распространения контента и возможности закрепить за собой долговременное получение прибыли от имеющейся интеллектуальной собственности; потребители, напротив, ожидают полностью свободного бесплатного обмена любым контентом; государственные интересы предусматривают жесткую цензуру враждебных, противоправных и других нежелательных источников информации, а ожидания потребителей, зачастую, опять-таки требуют максимально полной свободы информации. В рамках такой парадигмы действия, повышающие оценку качества Интернет-услуг с позиций одной из сторон, ухудшают качество для другой.

Однако реальность показывает, что функционирование информационного общества и, в частности, его ключевой метаинфраструктуры – сети Интернет – предельно далеко от упрощенной модели игры с нулевой суммой. В частности, невозможно представить себе на практике «рынок контента» как некоторый пирог фиксированного размера, который делят правообладатели (получая доходы от лицензированного распространения контента) и нарушающие закон пользователи (приобретающие контент бесплатно незаконными методами). Именно такая модель подразумевается в расчетах ущерба от Интернет-пиратства, которые постулируют, что каждая незаконно скопированная единица информации лишает ее правообладателя упущенной выгоды в размере ее розничной цены (т.е. что покупатели в любом случае приобрели бы указанную информацию и если бы не имели возможности скопировать ее бесплатно – платили бы требуемые суммы). Недостоверность данного утверждения совершенно очевидна при сопоставлении величин нелегально распространяемого контента и его денежного выражения, которое зачастую на порядки превышает доходы нарушающих закон домохозяйств. Поэтому очевидно, что если бы рынок распространения контента стал полностью легальным, то невозможно

было бы говорить о его сохранении в прежних размерах – скорее всего, он бы сократился в разы, если не на порядки. С другой стороны, ситуация полной победы незаконно копирующих информацию потребителей также привела бы в самом ближайшем будущем к почти полному прекращению производства нового контента ввиду отсутствия финансовых средств на это. Аналогичная ситуация складывается и с другими ложными дилеммами – между необходимостью реализации государственной информационной политики и свободой информации, между удовлетворением расширенных потребностей клиентов в безопасности, приватности и контроле над своим информационным полем и средствами монетизации накопленной персональной информации по клиентам (с помощью контекстной рекламы, взаимодействия со скоринговыми и колл-лекторскими службами и т.д.).

Однако практика показывает, что прогресс достигается при условии предложения прорывных парадигм, нацеленных на взаимодействие, а не противоборство сторон. В частности, можно привести примеры инновационных бизнес-моделей распространения программного обеспечения и лицензионного контента, предложенных компаниями Apple и Android.

Еще одним важным примером является огромное распространение так называемых Free-to-play (Free2play, F2P) игр, позволяющих бесплатно принять участие в игре, но взимающих плату за предоставление дополнительных преимуществ (улучшенных возможностей, снаряжения и т.д.).

Указанные примеры показывают, что выходом из сложившейся антагонистической ситуации является переход к инновационной консенсусной парадигме качества, реализующей принцип конкордности [2] в регулировании Интернет-услуг. Инновационность парадигмы состоит в радикальной смене бизнес-моделей, рассмотрении базовых свойств информации как товара (прежде всего, отсутствия накладных расходов на производство еще одного экземпляра) не в качестве угрозы, а в качестве преимущества. Консенсусность парадигмы состоит в том, что она должна базироваться на взаимном признании

всеми сторонами общих ценностей, а ее конкордность – в осознании необходимости взаимовыгодного сотрудничества Интернет-провайдеров, клиентов, правообладателей и государства.

Безусловно, в процессе достижения консенсуса всем сторонам придется поступиться частью краткосрочных интересов, поэтому столь велика практическая роль научно-теоретических исследований, позволяющих ясно артикулировать принципы, цели, задачи и направления развития сотрудничества, сделать конкордную парадигму однозначным «мэйнстримом» общественных взглядов.

Эффективность подобного подхода подтверждается как основополагающими исследованиями процессов саморегуляции различных сообществ, в том числе в отношении «ресурсов общего пользования» (неисключаемых, но исчерпаемых), классическим примером которых становятся информационные продукты, не защищенные от копирования, если их рассматривать в динамической взаимосвязи с ресурсами их создателей: хотя конкретный продукт (фильм, информационная сводка и т.д.) может быть до бесконечности скопирован без ущерба для своего содержания и в этом смысле является «общественным благом» (неисключаемым и неисчерпаемым) по классификации Э. Остром, но потребление информационных продуктов без внедрения тех или иных форм вознаграждения их создателям в скором времени приведет к исчерпанию ресурсов их производства и, следовательно, к прекращению производства новых продуктов. В то же время новые бизнес-модели, как показано выше, позволяют даже повысить доходность реализации информационных продуктов.

К базовым ценностям, которые должны разделяться всеми сторонами процесса управления качеством Интернет-услуг, следует отнести: необходимость достойной оплаты создателям информационных продуктов; ориентацию на использование эффекта масштаба аудитории как базового принципа монетизации информационных продуктов; коллективного признания общественной

значимости ряда видов информационных продуктов, неспособных к самоокупаемости в рамках атомарных рыночных моделей, и развития механизмов их государственного финансирования; безусловный приоритет принципа позитивного, а не негативного подкрепления следованию нормам конкордного поведения (ориентация на предоставление дополнительных льгот и привилегий пользователям, проявившим свою лояльность, выраженную как в финансовом вознаграждении, так и в полезном поведении, а не на карательные механизмы для нарушителей); снижение информационной асимметрии на основе развития форм поэтапной оплаты информационного продукта; формирование долгосрочных инклюзивных бизнес-стратегий на основе «отношенческих» контрактов.

Список использованной литературы:

1. Ostrom E. Collective Action and the Evolution of Social Norms // Journal of Economic Perspectives, 2000. – Vol. 14. – № 3. – P. 137-158.
2. Лунева Е.В. Государственный контроль в системе рыночных отношений в условиях глобализации – М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2005.